

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 Туризм

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Международный и национальный туризм (турецкий язык)»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Технологии продаж в индустрии туризма
Рабочая программа дисциплины (модуля)
Составитель(и):
кандидат эконом. наук, Переверзев А.В.

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 4 от 06.12.24 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | | |
|------|--|----|
| 1. | <u>Пояснительная записка</u> | 4 |
| 1.1 | <u>Цель и задачи дисциплины</u> | 4 |
| 1.2. | <u>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</u> | 4 |
| 1.3. | <u>Место дисциплины в структуре образовательной программы</u> | 4 |
| 2. | <u>Структура дисциплины</u> | 5 |
| 3. | <u>Содержание дисциплины</u> | 5 |
| 4. | <u>Образовательные технологии</u> | 5 |
| 5. | <u>Оценка планируемых результатов обучения</u> | 6 |
| 5.1 | <u>Система оценивания</u> | 6 |
| 5.2 | <u>Критерии выставления оценки по дисциплине</u> | 6 |
| 5.3 | <u>Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u> | 7 |
| 6. | <u>Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</u> | 9 |
| 6.1 | <u>Список источников и литературы</u> | 9 |
| 6.2 | <u>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</u> | 10 |
| 6.3 | <u>Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы</u> | 10 |
| 7. | <u>Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов</u> | 10 |
| 8. | <u>Методические материалы</u> | 11 |
| | <u>Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины</u> | 15 |

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих формирование знаний и практических навыков в области технологии продаж туристского продукта и услуг индустрии туризма.

Задачи дисциплины: изучение состояния туристского рынка и влияния тенденций и перспектив развития рынка на удовлетворение потребностей клиентов; освоение специфики взаимодействия субъектов туристского рынка; освоение особенностей реализации туристского продукта; освоение особенностей работы менеджера с различными категориями покупателей; изучение этапов реализации туристского продукта и туруслуг.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

| Компетенция (код и наименование) | Индикаторы компетенций (код и наименование) | Результаты обучения |
|--|--|---|
| ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта | ОПК-4.1- Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов | Знать: основные этапы продаж, дистрибутивные схемы Уметь: выстраивать коммуникацию с клиентами на предмет продажи услуги, организовывать систему сбыта товаров и услуг Владеть: навыками общения с потенциальными клиентами, выявления и удовлетворения потребностей клиентов |
| ОПК-5 - Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности | ОПК-5.1 - Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы | Знать: методы оценки экономической эффективности организаций, осуществляющих продажи услуг Уметь: анализировать и оценивать экономические показатели турфирм Владеть: навыками проведения экономических расчетов турфирм в части организации сбыта услуг |

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии продаж в индустрии туризма» относится к обязательной части образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины «Технология продаж» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Основы туроперейтинга», «Организация обслуживания», «Технология и организация операторских и агентских услуг», «Психология делового общения», «Маркетинг в туристской индустрии».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Семестр | Тип учебных занятий | Количество часов |
|---------|---------------------|------------------|
| 4 | Лекции | 18 |
| 4 | Семинары | 24 |
| 4 | Экзамен | 18 |
| Всего: | | 60 |

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание |
|----|--|--|
| 1. | Тема №1. Продажи, как часть маркетингового процесса. Дистрибутивные схемы | Суть маркетинговой деятельности и продаж, как части её процесса. Виды турфирм, осуществляющих продажи услуг. Виды дистрибутивных схем. |
| 2. | Тема №2. Прямые продажи и виды продаж через посредников | Способы прямых продаж. Посредники, осуществляющие спекулятивную деятельность и деятельность по выполнению поручения (главы 49, 51, 52 ГК РФ) |
| 3. | Тема №3. Этапы продаж | Установление контакта. Выявление потребности. Презентация услуги. Работа с возражениями. Завершение сделки. |
| 4. | Тема №4. Методы работы с возражениями и презентации туруслуг | Фразеологические способы работы с возражениями, а также способы эффективной презентации услуги в том числе с помощью метода «ценовой вилки», метода «сэндвича» |
| 5. | Тема №5. Активные и пассивные продажи | Способы взаимодействия с потенциальными клиентами при активных и пассивных продажах |
| 6. | Тема №6. Экономическая оценка эффективности продаж | Основные экономические показатели продаж. Методы оценки эффективности |

4. Образовательные технологии

Для проведения занятий лекционного типа по дисциплине применяются такие образовательные технологии как интерактивные лекции, проблемное обучение. Для проведения занятий семинарского типа используются групповые дискуссии, ролевые игры, анализ ситуаций и имитационных моделей.

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

| Форма контроля | Макс. количество баллов | |
|------------------------------------|-------------------------|-------------------|
| | За одну работу | Всего |
| Текущий контроль: | | |
| - опрос | 5 баллов | 30 баллов |
| - участие в дискуссии на семинаре | 5 баллов | 10 баллов |
| - контрольная работа (темы 1-3) | 10 баллов | 10 баллов |
| - контрольная работа (темы 4-5) | 10 баллов | 10 баллов |
| Промежуточная аттестация – экзамен | | 40 баллов |
| Итого за семестр | | 100 баллов |

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

| 100-балльная шкала | Традиционная шкала | | Шкала ECTS |
|--------------------|---------------------|------------|------------|
| 95 – 100 | отлично | зачтено | A |
| 83 – 94 | | | B |
| 68 – 82 | хорошо | | C |
| 56 – 67 | удовлетворительно | | D |
| 50 – 55 | | E | |
| 20 – 49 | неудовлетворительно | не зачтено | FX |
| 0 – 19 | | | F |

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|-------------------------|---|
| 100-83/ A, B | отлично/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p> |
| 82-68/ C | хорошо/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|---|--|
| | | Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший». |
| 67-50/ D,E | удовлетво- рительно/ зачтено | Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный». |
| 49-0/ F,FX | неудовлет- ворительно/ не зачтено | Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы. |

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерные вопросы к экзамену:

- Продажа, как часть маркетинговой деятельности;
- Роль дилера и дистрибьютора в системе продаж;
- Прямые продажи и продажи через посредников;
- Посредники, продающие туруслуги по спекулятивной схеме. Примеры;
- Посредники, продающие туруслуги по договору поручения. Примеры;
- Посредники, продающие туруслуги по договору комиссии. Примеры;
- Посредники, продающие туруслуги по агентскому договору. Примеры;
- Организация системы сбыта инициативных туроператоров;
- Организация системы сбыта рецептивных туроператоров;
- Установление контакта с клиентом;
- Методы выявления потребностей клиента;
- Работа с возражениями клиента;
- Методы презентации туруслуги клиенту;
- Оформление сделки по продаже турпродукта;
- Организация работы по активным продажам;
- Организация работы по пассивным продажам;
- Рентабельность продажи в турагентской и туроператорской деятельности;

Доход, расход, маржинальная и чистая прибыли в турагентской и туроператорской деятельности;

Эмоциональная привязка клиента. Фразеологические примеры;

Права потребителя в соответствии с ФЗ «О защите прав потребителей».

Примерные темы докладов и презентаций

Современное состояние и тенденции развития туристского рынка.

Тенденции развития мировой туристской индустрии.

Современное состояние индустрии туризма в России (въездной, внутренний).

Популярные туристские проекты.

Особенности потребителей туристских услуг.

Типы потребителей туристских услуг.

Мотивы и потребности клиентов.

Факторы, влияющие на выбор путешествия.

Менеджер по продажам. Его функции и обязанности. Профессиональные и личностные качества. Подготовка менеджера по продажам.

Работа менеджера по продажам с «трудными» клиентами. Профессиональное совершенствование менеджера.

Роль рекламы в продаже туристских услуг.

Разработка рекламно-информационного материала.

Методы, стимулирующие покупку туристских услуг.

Способы продаж, их характеристика.

Этапы продаж турпродуктов и туристских услуг.

Проектирование процесса продажи в турфирме.

Особенности и техника продаж туристских услуг по телефону.

Особенности продаж туристских услуг через Интернет.

Особенности продаж туристских услуг на выставках.

Продажи туристских услуг в офисе турфирмы.

Особенности личных продаж.

Основные правила начальной беседы с клиентом.

Презентация турпродукта и туруслуг.

Виды презентаций в туризме и их особенности.

Технологии разработки презентаций турпродуктов.

Завершение и оформление сделки с клиентом.

Продажи туристских услуг, как сложный многофазный процесс.

Алгоритм действий агента по продажам при первом посещении клиентом туристской организации.

Проблемные ситуации, возникающие после завершения продаж туристских услуг.

Послепродажный этап реализации услуг индустрии туризма.

Работа с претензиями клиентов.

Вопросы и задания для контрольной работы:

Проанализируйте современное состояние туристского рынка России. Каковы проблемы и перспективы его развития?

Охарактеризуйте деятельность туроператоров массового рынка за предыдущий год.

Проанализируйте ассортимент турпродукта национальных турфирм по виду туризма для различных категорий потребителей.

Проанализируйте рынок потребителей в туристском регионе (по выбору).

Проанализируйте особенности функционирования российских сбытовых сетевых структур.

Проанализируйте сбытовые компании на российском туристском рынке и специфику их взаимодействия с партнерами.

Рассмотрите проблемы индустрии туризма в России (или стране по выбору).

Проанализируйте мотивы, потребности и поведенческие аспекты потребителей туристских услуг.

Рассмотрите эффективные способы продажи турпродуктов и туруслуг (для конкретного предприятия).

Проектирование обслуживания туристов при осуществлении продажи туристского продукта и туруслуг в турфирме.

Рассмотрите принцип клиентоориентированности турагентства (на примере).

Проанализируйте действия менеджера при общении с клиентами в различных ситуациях.

Разработка программы продвижения турпродукта и туруслуг (на конкретном примере).

Разработка презентации турпродукта или туруслуг (на конкретном примере).

Этапы продажи турпродукта (на конкретном примере).

Рассмотрите виды продаж в туристской сфере (на примере).

Проанализируйте конфликтные ситуации с потребителем турпродукта и варианты их эффективного решения.

Информационные технологии в деятельности турагентства.

Рассмотрите психологический аспект в работе с клиентами в турагентстве (на конкретном примере).

Способы формирования клиентской базы в турагентстве.

Популярные способы продаж на примере российской турфирмы и факторы, снижающие эффективность реализации турпродуктов и туруслуг (на конкретном примере).

Анализ затрат турагентства на проведение рекламы.

Затраты на турпродукт, методы расчета стоимости.

Особенности использования информационных технологий в процессе продаж турпродуктов и туруслуг.

Проанализируйте возможные мотивы, потребности и поведенческие аспекты потребителей турпродуктов и туруслуг.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Основная литература:

Сухов Р.И. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Ростов-на-Дону : ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», 2016. - 267 с. – ВО – Бакалавриат. - ISBN 978-5-9275-2003-9.

Токарев, В.Ф. Современные технологии обучения персонала отделов продаж: проблемы и решения, управление продажами. 2012. № 1. С. 42-56. URL:<https://elibrary.ru>

Токарев, В.Ф. Классическая техника продаж, "Менеджмент-продажи" или спин: Какая технология лучше? Личные продажи. 2012. № 2. С. 78-89. . URL:<https://elibrary.ru>

Дополнительная :

Быстров С.А. Организация туристской деятельности (управление турфирмой) : [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва : Издательство «Форум»: ООО Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-609-6.

Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Москва :Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.

Рыбкин, И. В. Кросселлинг в страховании: новейшие технологии продаж: Учебно-практическое пособие / Рыбкин И.В., Падар Э., Киселев А. - Москва :ИОИ, 2016. - 210 с.ISBN

978-5-94193-886-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/987266>
(дата обращения: 08.01.2020)

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. www.gks.ru Федеральная служба государственной статистики
2. www.economy.gov.ru Министерство экономического развития и торговли
3. www.cbr.ru Центральный банк Российской Федерации
4. www.rbc.ru новости экономики, рейтинги, исследования
5. www.infostat.ru сайт информационно-издательского центра «Статистика России»
6. www.rsl.ru, www.leninka.ru Российская государственная библиотека
7. www.msu.ru/libraries/ Библиотека МГУ2. Профессиональный PR-портал:
<http://www.sovetnik.ru>
8. База данных «Федеральные законы» <http://www.council.gov.ru>
9. Энциклопедия маркетинга <http://marketing.spb.ru>
10. Менеджмент, маркетинг, креатив, реклама, промо, PR <http://advertme.ru>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

8. Методические материалы

• Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. Рынок туристских услуг (2-4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

Основные направления туристского рынка России.

Каковы тенденции развития современного туристского рынка России?

Проблемы и перспективы развития туристского рынка России.

Туристское предпринимательство в современных условиях

Специфика туристского бизнеса на примере российских и зарубежных компаний.

Темы докладов:

Анализ ассортимента турпродуктов российских туроператоров.

Конкурентные преимущества предлагаемых товаров и услуг (по направлениям туризма).

Анализ состояния въездного и выездного туризма в России.

Рейтинг популярных направлений выездного и внутреннего туризма за последние два года.

Сравнительный анализ тенденций развития мирового и российского туристского рынка.

Тема 2. Потребители туристских услуг. Мотивации при выборе туристских путешествий (2-4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

Какова специфика туристских услуг?

Турпродукт и его особенности. Каковы преимущества и недостатки групповых и индивидуальных туров?

Туристские мотивы, как важные составляющие туристского спроса.

Какова мотивация в туризме?

Мотивы и поведенческие аспекты путешественников по видам туризма.

Назовите типы потребителей и дайте им характеристику.

Тема 3. Реализаторы турпродуктов и туруслуг (2-4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

Реализаторы туристских услуг. Особенности их функционирования в современных условиях.

Торговые отношения в агентско-операторском секторе.

Совершенствование профессионального мастерства агента по продажам турпродуктов и туруслуг.

Каковы особенности франчайзинга деятельности производителей и реализаторов туристских услуг?

Менеджер по продажам турпродуктов и туруслуг. Его права и обязанности.

Этапы подготовки менеджера по продажам турпродуктов и туруслуг.

Работа менеджера с различными психологическими типами клиентов.

Задания для дискуссии:

Выявите и проанализируйте личные и профессиональные качества менеджера по продажам.

На конкретных примерах. Проанализируйте действия продавцов при общении с клиентами в различных ситуациях, встречающихся на практике в турфирме. Обоснуйте их.

Продемонстрируйте образец уверенного общения продавца с клиентом в турфирме.

Практические задания выполняются на семинарах группами. В дискуссиях участвует вся группа.

Тема 4. Виды продаж турпродуктов и туруслуг (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

Какие виды продаж турпродукта и туруслуг можно назвать?

В чем состоит специфика продажи по телефону и Интернету?

Преимущества и недостатки продаж на выставке?

Особенности продаж в офисе турфирмы.

Задания для дискуссии:

Моделирование телефонной беседы менеджера с потенциальным клиентом

Моделирование общения менеджера с клиентом и оценка стилей взаимодействия.

Практические задания выполняются на семинарах группами. В дискуссиях участвует вся группа.

Тема 5. Технология бронирования и продажи турпродуктов и туруслуг (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

Какова роль маркетинговых исследований в процессе продажи турпродуктов и туруслуг?

Перечислите стадии работы с клиентом в турагентстве и охарактеризуйте каждую из них.

Каково значение презентации в представлении турпродукта? Виды, функции и задачи презентации.

Этапы проведения презентации.

Перечислите документы, необходимые для работы с клиентом, охарактеризуйте их.

Какие проблемные ситуации могут возникнуть при работе с клиентом и каковы пути их разрешения?

Задания для дискуссии:

Обсудить типичные ошибки агента в работе с клиентами при различных способах продаж.

Проанализировать наиболее распространенные претензии клиентов после завершения путешествия.

Провести презентацию предложенного турпродукта аудитории.

Моделирование конфликтной ситуации.

Анализ процедуры оформления документов реализации турпродукта заказчику.

Анализ информационно-поисковых систем и систем бронирования туров, используемых в деятельности турагентств.

Осуществление поиска и анализа туристских предложений ведущих туроператоров.

Практические задания выполняются на семинарах группами. В обсуждении участвует вся группа.

Тема 6. Особенности продаж турпродуктов (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

Виды турпродукта.

Каковы основные требования к туристскому продукту?

В чем состоит специфика программы обслуживания по категориям туристов и видам туризма?

Особенности продаж различных видов турпродукта для разных категорий потребителей.

Задания для обсуждения:

Подбор предложений туроператоров для их реализации потребителю (по выбору регион, вид туризма, потребителя) и обосновать выбор. Выделить его конкурентные преимущества.

Особенности продаж туров в Грецию, Турцию, Испанию. Сравнительная характеристика отельной базы стран. Плюсы и минусы обслуживания.

Практические задания выполняются на семинарах группами. Представленный материал обсуждается студентами.

Темы презентаций:

Мировые курорты, пользующиеся спросом у российских туристов (летние направления),

Объекты религиозного туризма в России для продвижения программы паломничества.

Туристские ресурсы и гостиничная инфраструктура Таиланда. Предложения турфирм по данному направлению. Специфика туров в Таиланд.

Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Контрольная работа состоит из введения, основной части, заключения, списка источников, приложения.

Общие требования к оформлению работы:

объем проекта 5 -10 листов;

шрифт - 14;

интервал между строчками – 1,5;

верхнее и нижнее поле - 2 см, левое поле – 3 см, правое поле – 1,5 см; заголовки – 14 жирный шрифт;

нумерация страниц проставляется сверху в центре.

Общие требования к содержанию работы:

во введении должно быть: актуальность и цель работы;

основная часть раскрывает тему работы;

в заключении должны быть сформулированы выводы и рекомендации;

список источников оформляется в соответствии с выходными данными;

приложения могут отсутствовать.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии продаж в индустрии туризма» реализуется на факультете Востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой Общественных связей, туризма и гостеприимства.

Целью дисциплины является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих формирование знаний и практических навыков в области технологии продаж туристского продукта и услуг индустрии туризма.

Задачи дисциплины: изучение состояния туристского рынка и влияния тенденций и перспектив развития рынка на удовлетворение потребностей клиентов; освоение специфики взаимодействия субъектов туристского рынка; освоение особенностей реализации туристского продукта; освоение особенностей работы менеджера с различными категориями покупателей; изучение этапов реализации туристского продукта и туруслуг.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-4.1- Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов

ОПК-5.1 - Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: основные этапы продаж, дистрибутивные схемы.

Уметь: выстраивать коммуникацию с клиентами на предмет продажи услуги, организовывать систему сбыта товаров и услуг, анализировать и оценивать экономические показатели турфирм.

Владеть: навыками общения с потенциальными клиентами, выявления и удовлетворения потребностей клиентов.

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.